

André Rodrigues Parente

Prefácio: Ministro Raul Araújo

O CONTRATO DE AGÊNCIA BRASILEIRO E A INDENIZAÇÃO DE CLIENTELA

Uma análise crítica, reflexiva e
comparativa com o sistema português

EDITORA LUMEN JURIS
RIO DE JANEIRO
2018

Categoria: Direito Industrial

PRODUÇÃO EDITORIAL
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Diagramação: Rômulo Lentini

A LIVRARIA E EDITORA LUMEN JURIS LTDA.
não se responsabiliza pelas opiniões
emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer
meio ou processo, inclusive quanto às características
gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais
constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895,
de 17/12/1980), sujeitando-se a busca e apreensão e
indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Todos os direitos desta edição reservados à
Livraria e Editora Lumen Juris Ltda.

Impresso no Brasil
Printed in Brazil

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

P228c

Parente, André Rodrigues.

O contrato de agência brasileiro e a indenização de clientela
: uma análise crítica, reflexiva e comparativa com o sistema
português / André Rodrigues Parente. – Rio de Janeiro : Lumen
Juris, 2018.

116 p. ; 21 cm.

Bibliografia : p. 89-94.

ISBN 978-85-519-0315-5

1. Direito empresarial. 2. Indenização. 3. Contratos.
4. Representantes comerciais. 5. Direito comparado – Brasil –
Portugal. I. Título.

1125494

CDD 346.065

Sumário

Parte I – Aspectos Gerais do Contrato de Agência.....	1
1. Origem e Evolução Historica	1
2. Conceito e Elementos Essenciais do Contrato de Agência.....	5
3. Distinção Face a Figuras Semelhantes	15
3.1 Agência x Corretagem	15
3.2 Agência x Concessão Comercial	15
3.3 Agência x Mandato.....	17
3.4 Agência x Distribuição.....	18
3.5 Agência x Franquia	20
3.6 Agência x Contrato de Trabalho.....	21
Parte II – Indenização de Clientela	25
1. Conceito e Regressão Histórica.....	25
2. Concepções acerca da Natureza Jurídica da Indenização de Clientela	32
2.1. A Disciplina Comunitária: Modelos Germânico e Francês	33
2.2 Fundamento e Natureza Jurídica da Indenização de Clientela	35
2.2.1 Teoria da Compensação pelo Enriquecimento Sem Causa do Principal	35
2.2.2 Teoria da Reparação de Danos	39

2.2.3. Teoria da Clientela como Ativo Comum	41
2.2.4. Teoria da Proteção ao Agente (Teoria Assistencial).....	43
2.2.5. Teoria da Retribuição Diferida	44
2.2.6. Teoria do Correspectivo do Acréscimo de Goodwill	47
2.2.7. Posição Adotada	48
Parte III – Análise do Regime da Indenização de Clientela Brasileira	51
1. Indenização de Clientela Brasileira	52
2. Excludentes à aplicação da Indenização de Clientela no direito brasileiro	59
3. Contraposição a Figuras Afins	64
4. Crítica	66
Parte IV – Da Indenização de Clientela em Portugal. Aspectos Comparativos entre Brasil e Portugal	71
1. Características Gerais.....	72
2. Pressupostos Constitutivos	72
2.1. A angariação de novos clientes para a outra parte ou o aumento substancial do volume de negócios com a clientela já existente.....	73
2.2. Benefício considerável à outra parte, após o encerramento contratual, da atividade desenvolvida pelo agente	75
2.3. O agente deixar de receber retribuição por contratos angariados após a cessação da agência	77

3. Fatos Impeditivos à Atribuição de Indenização de Clientela	78
3.1. Extinção contratual por razões imputáveis ao agente.....	78
3.2. Cessão da Posição Contratual	80
4. Quadro comparativo Indenização de Clientela Brasil x Portugal	81
Conclusão.....	85
Bibliografia	89